

2025

Гендерний моніторинг

ЯК ПРИКАРПАТСЬКІ ТЕЛЕМЕДІА ДОТРИМУЮТЬСЯ ГЕНДЕРНОГО БАЛАНСУ У НОВИНАХ ТА РЕКЛАМІ

II ПІВРІЧЧЯ



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ



ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ

ТРК «Вежа»



«ТРК «НТК»

«ТРК РАІ»



ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

ІФ ОТБ «Галичина»



Головна спеціалістка секретаріату представника здійснила моніторинги програм новин та реклами 7 телемовників. Час виходу новин: вечірній прайм-тайм з липня по листопад 2025 року.



ТРК «Канал-402»

ТРК «Надвірна»



«ТРК 3-Студія»

Протягом п'ятих хвиль гендерного моніторингу
детально проаналізували:

35

вечірніх ефірів

2009

новинних
сюжетів

67

реklamних
роликів

Для аналізу програм було взято за основу оновлену методологію гендерного моніторингу в умовах воєнного часу, що розроблена і доопрацьована з ініціативи Національної ради за підтримки уряду Швеції та Національного демократичного інституту США.

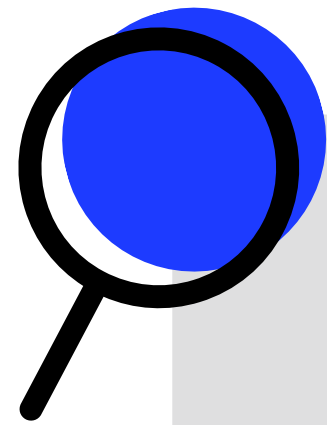


НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ

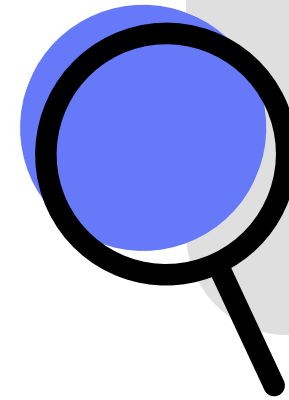


ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

Особливу увагу звертали на:

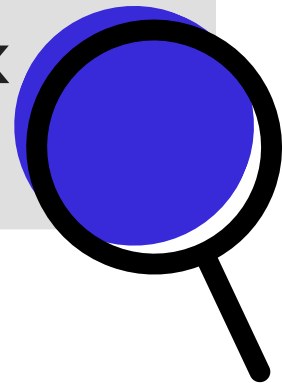


Образи жінок і чоловіків, які
зміцнюють або руйнують
гендерні стереотипи



Сприяння збалансованому та
нестереотипному
зображенню
жінок у новинах та рекламі

Впровадження стандартів,
які орієнтовані на жінок



Залучення жінок до програм
(працівниці медіа, експертки
та учасниці)



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ

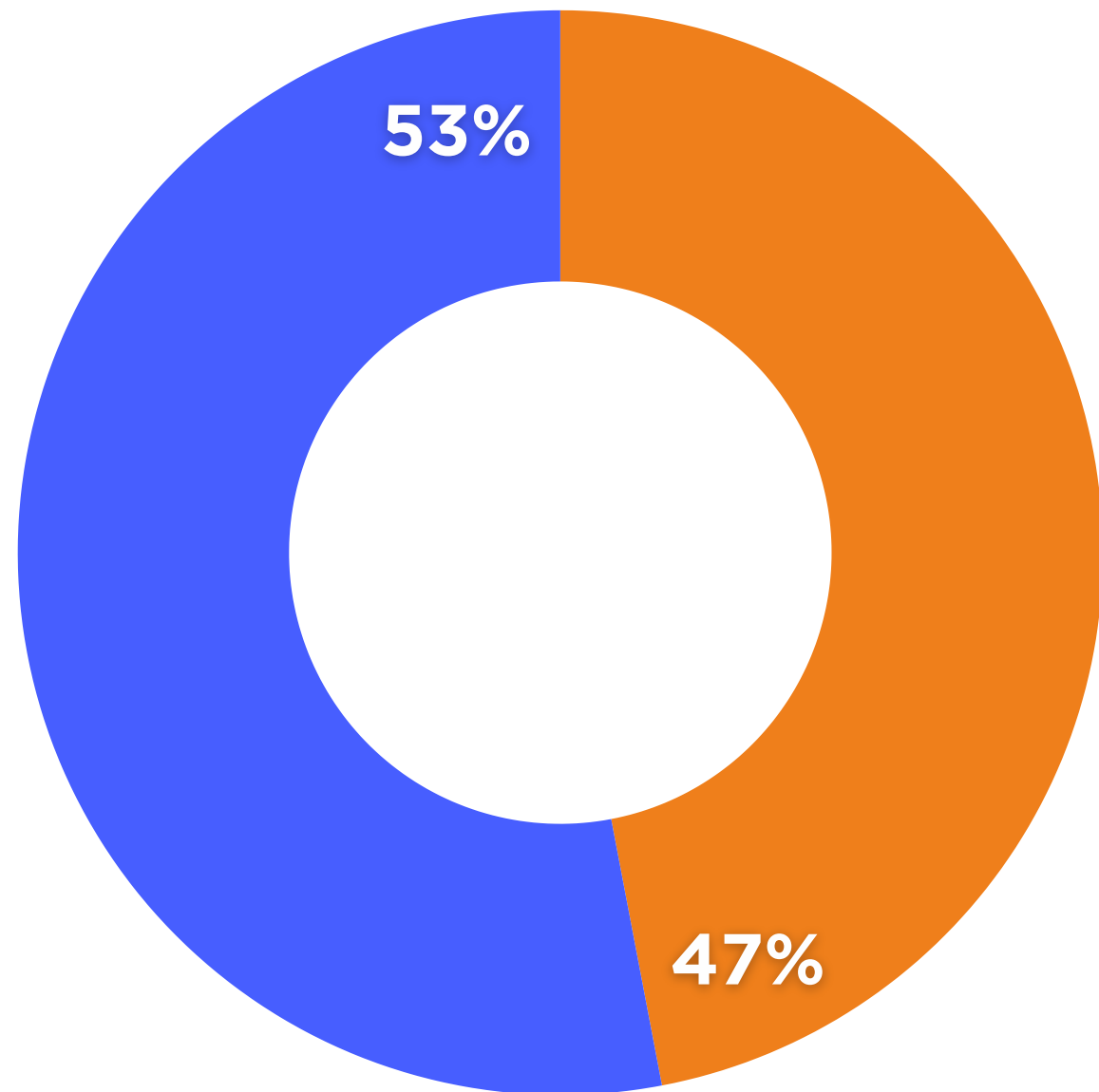


ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

Гендерно-вікове відображення суспільства

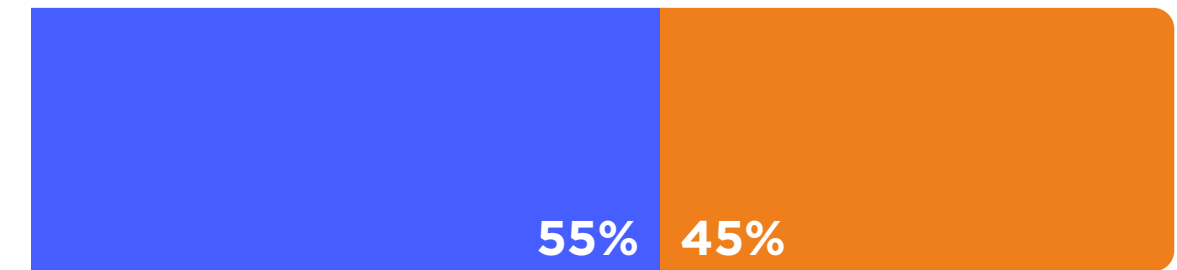
■ - жінки

■ - чоловіки

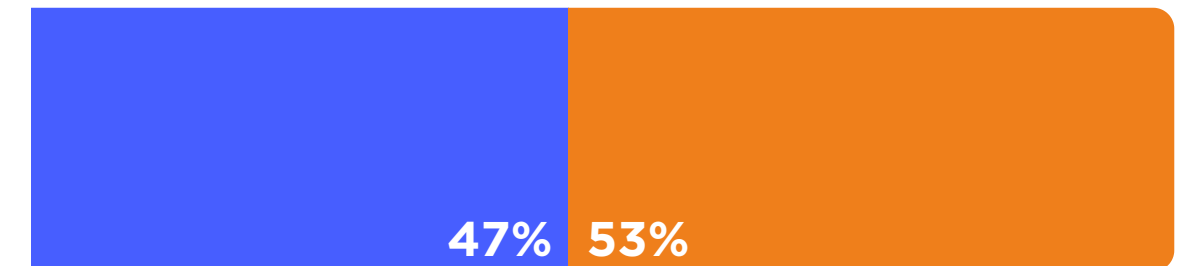


У першому півріччі 2025 року
жінок було 55%,
а чоловіків - 45%.

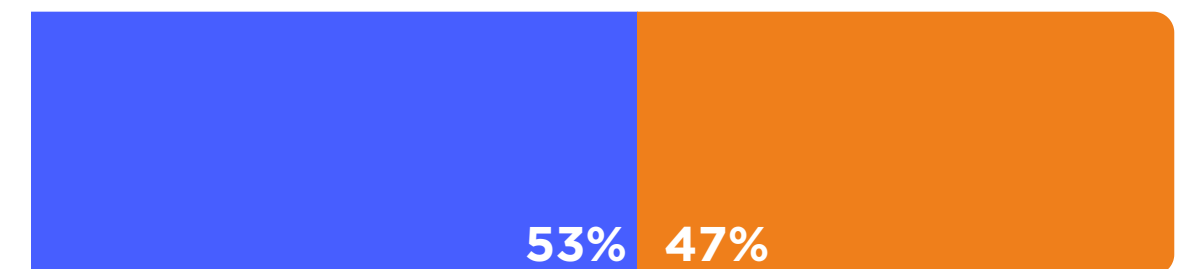
до 18 років
4%



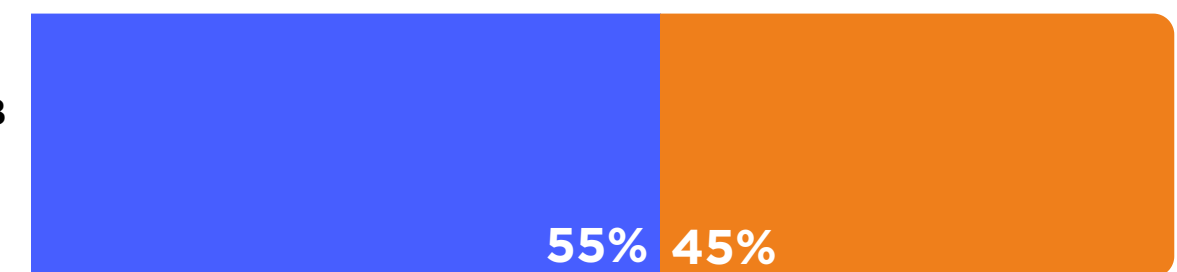
18 - 35 років
13%



36 - 60 років
69%



старші 60 років
14%



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ



ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ



Фемінітиви

зафіксували у 69% сюжетів

ІФ ОТБ «Галичина» - 20%

«ТРК РАІ» - 19%

«ТРК 3-Студія» - 16%

«ТРК «НТК» - 14%

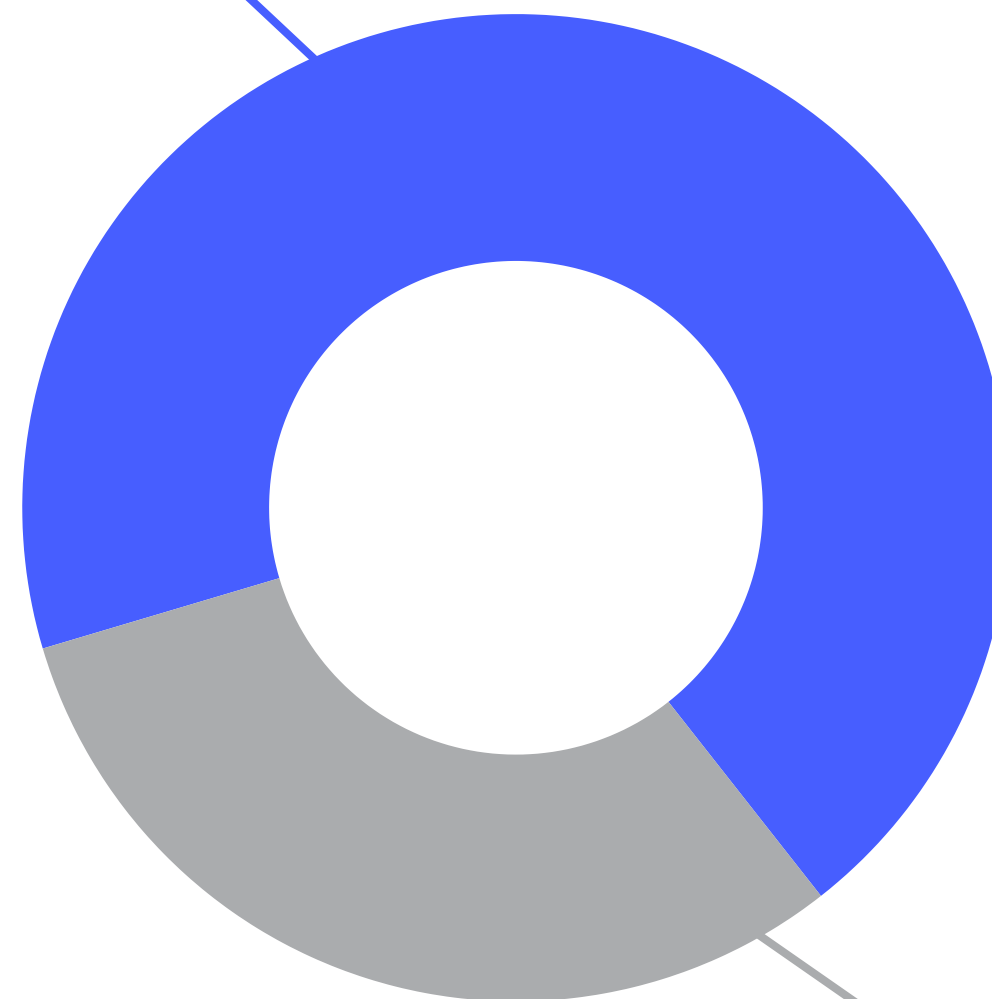
ТРК «Вежа» - 14%

ТРК «Канал-402» - 9%

ТРК «Надвірна» - 8%

Сюжетів з використанням
фемінітивів за
перше півріччя 2025 р. - 75%.

145 сюжети з фемінітивами



209 - загальна кількість сюжетів



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ

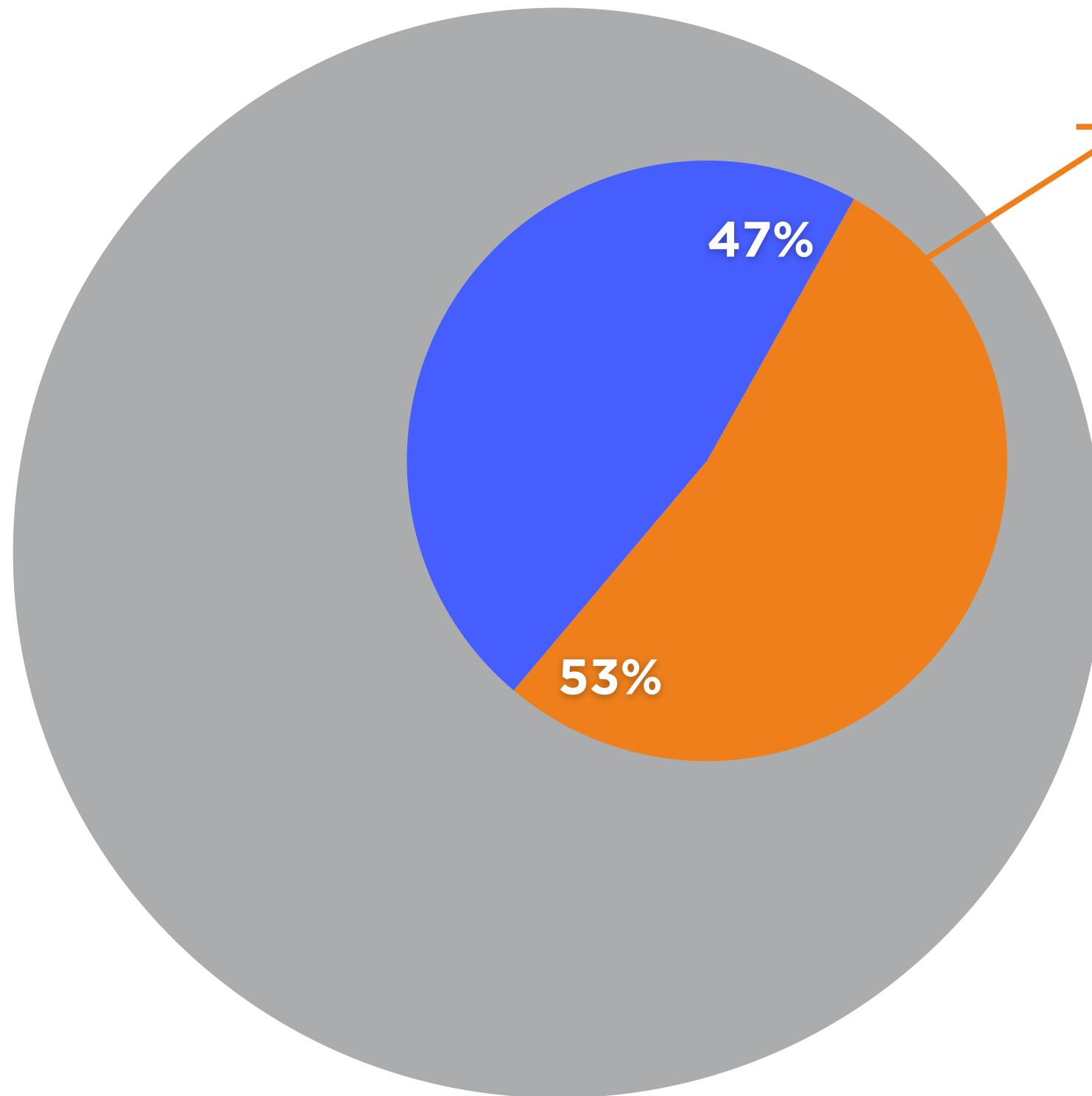


ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

Експерти та експертки

Експертні коментарі містять 44% від усіх

(у першому півріччі 2025 року - 48%)



■ - жінки

■ - чоловіки

На всіх телевізійних каналах Івано-Франківської області програми новин створені із залученням експертів та експерток.

Теми, які часто піддаються гендерним стереотипам, коментували як чоловіки, так і жінки.

Минулого півріччя
співвідношення було таким:
40% експертів та 60% експерток.

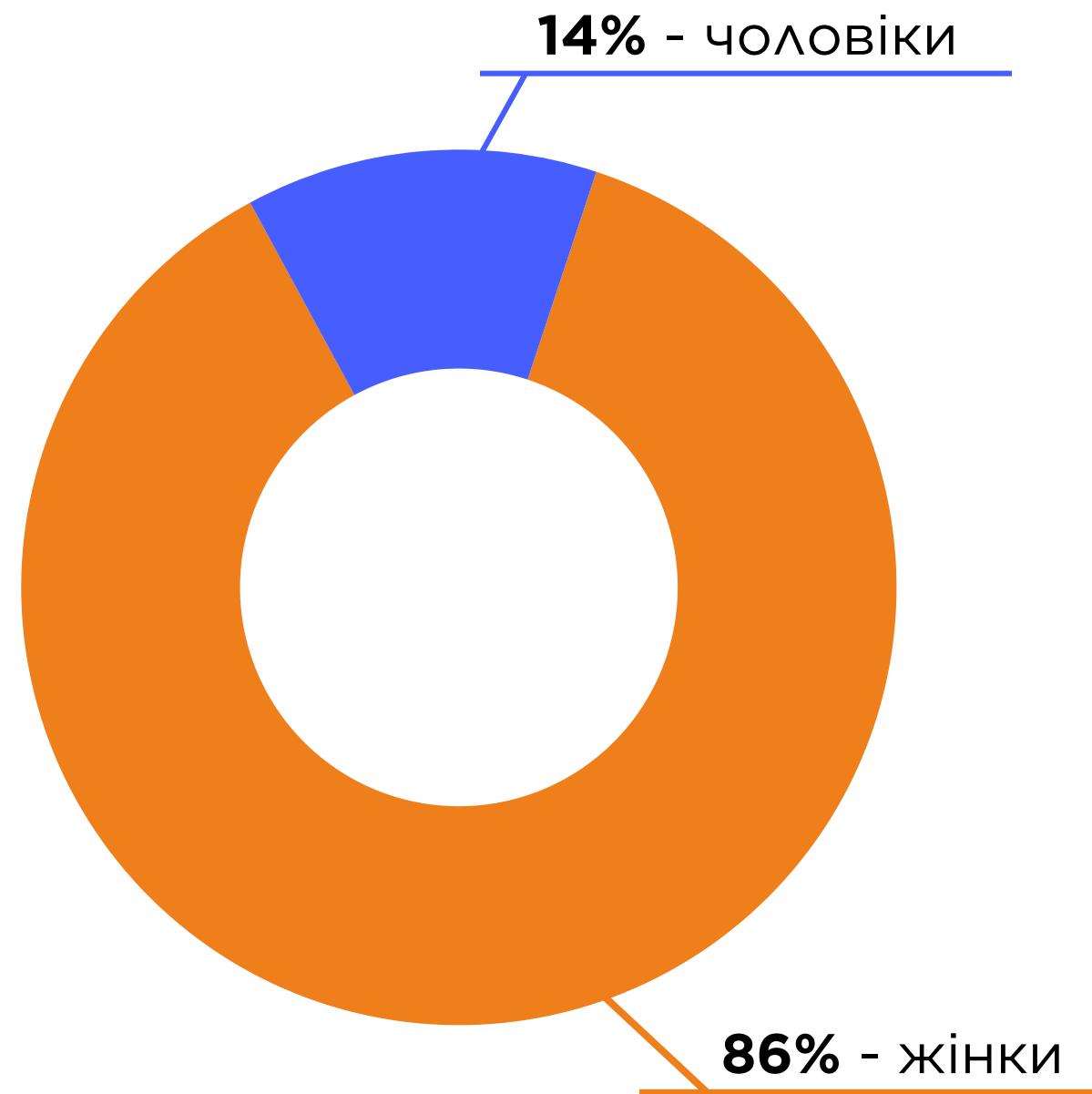


НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ



ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

Кореспонденти

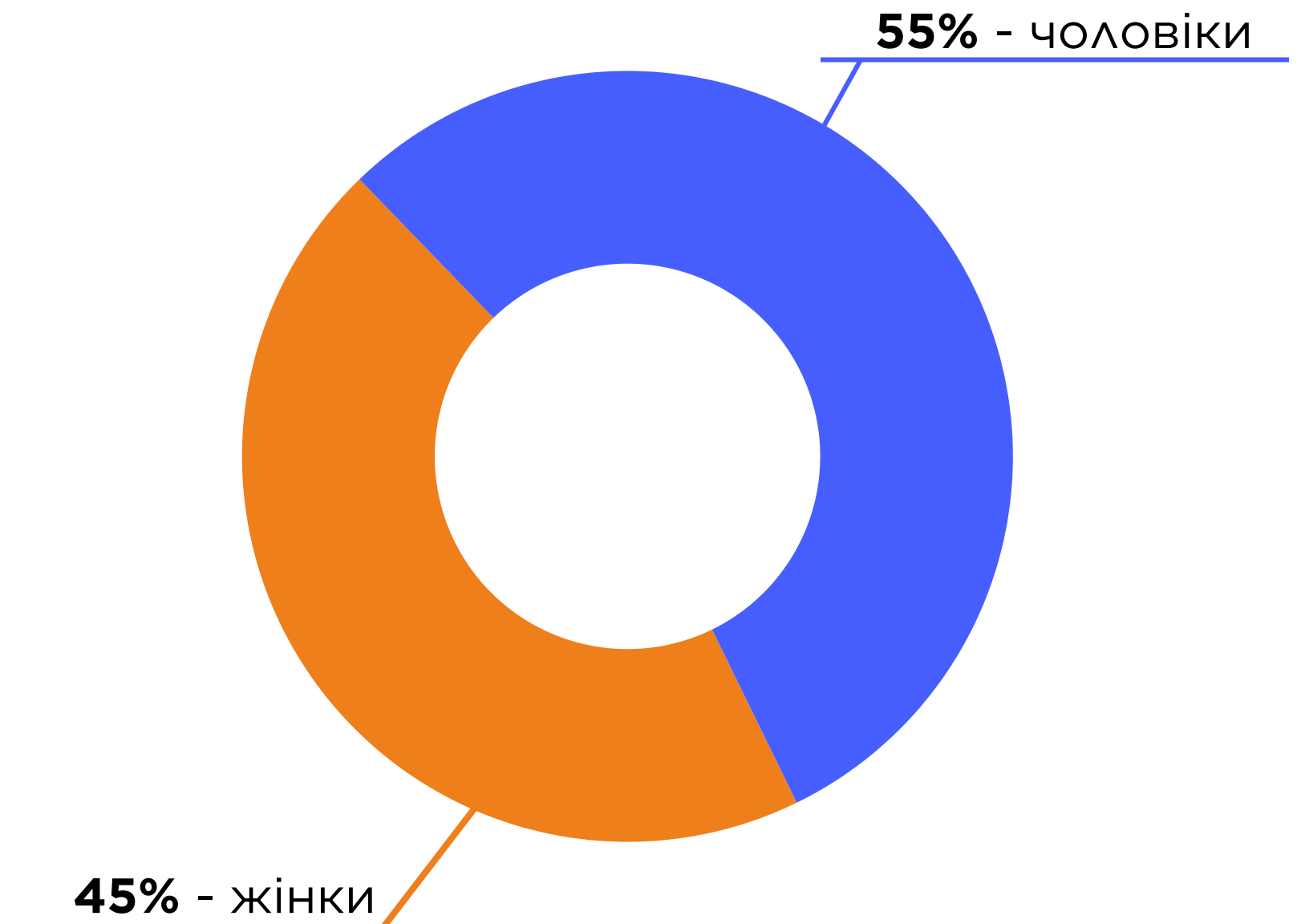


У першому півріччі 2025 року статистика була схожою: 13%- чоловіки та 87% - жінки.



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ

Ведучі



У першому півріччі 2025 року співвідношення чоловіків та жінок було таким самим.



ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

«Війна» в ефірах телемовників



Частка сюжетів на тему “війна” становить 14%.

Волонтерство, допомога на фронт та благодійні аукціони для війська, реабілітація військових та повернення їх у цивільне життя, акції на підтримку полонених, вшанування пам'яті полеглих й особисті історії бійців - саме такі сюжети були в ефірі телеканалів, що здійснюють мовлення на території Прикарпаття.



Такі сюжети коментували 24 експерти
(це 10% від усіх експертів).
Експерток було 6, а експертів - 18.



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ



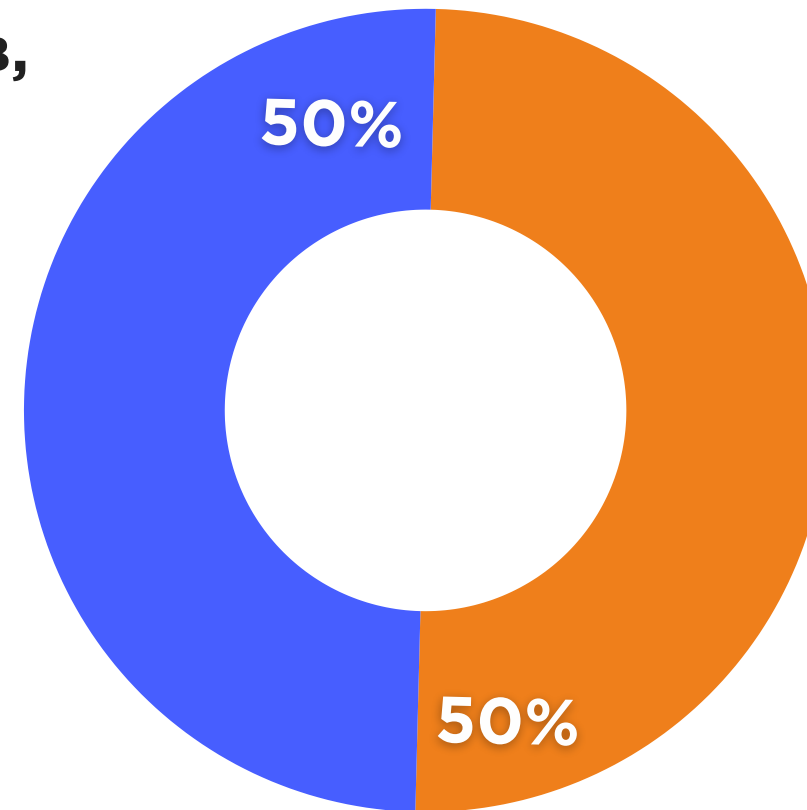
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

Комерційна реклама в ефірі

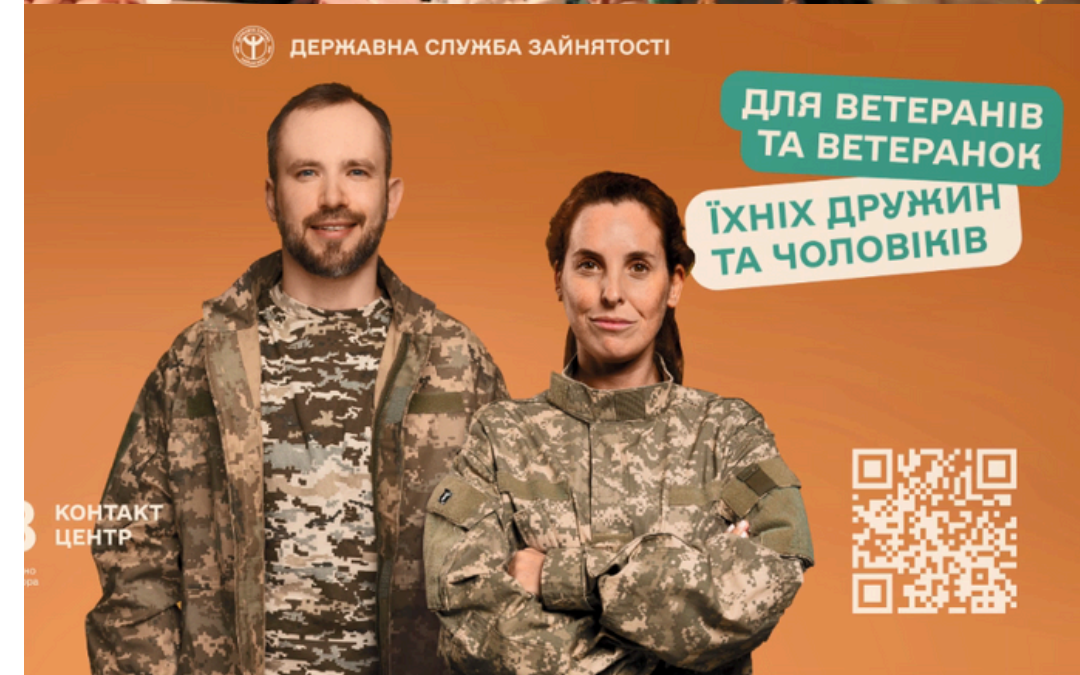
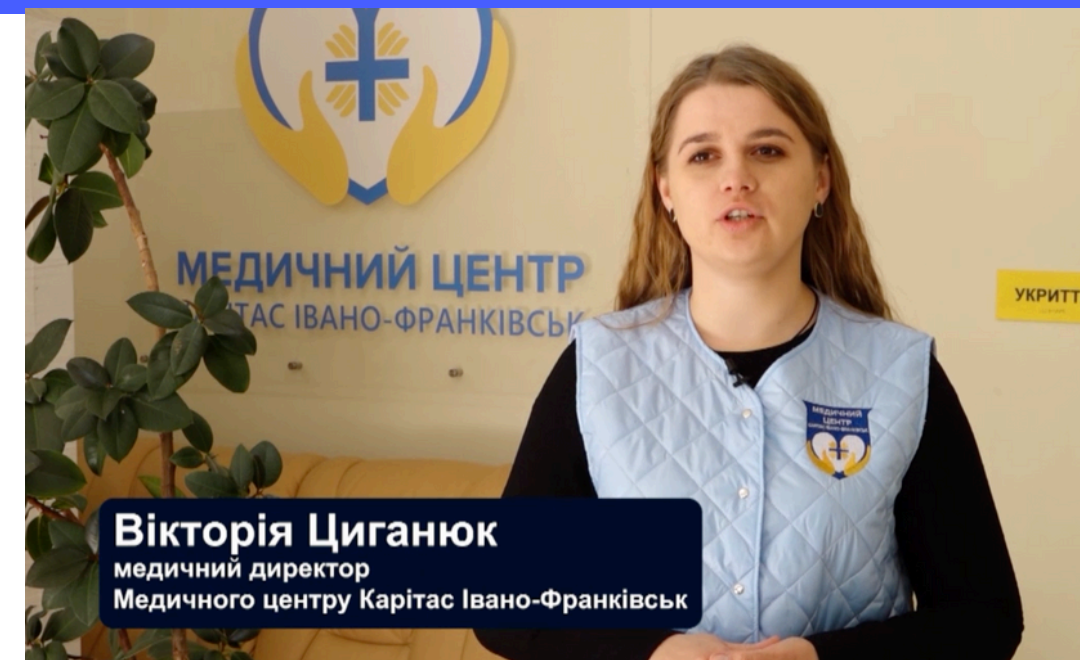
В ефір мовників Прикарпаття вийшло 67 роликів, у яких взяло участь 123 людини.

Репрезентація обох статей була майже однаковою: 62 жінки та 61 чоловік.

Аналіз рекламних матеріалів показав, що у більшості випадків у аудіовізуальному контенті переважає "традиційне" гендерне представлення, а тобто - стереотипне.



Однак варто взяти до уваги, що рекламодавці купують у мовників ефірний час і розміщують там свою рекламу. Тож, чи можливо впливати на якість такого контенту з погляду гендерної чутливості та недопущення дискримінаційних образів - питання відкрите.



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
І РАДІОМОВЛЕННЯ



ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ

Гендерні тенденції

Відповідно до Методології гендерного моніторингу, жоден телевізійний сюжет не здобув найвищу оцінку «+3» за високий рівень гендерної збалансованості.

Водночас 17 телевізійних сюжетів отримали оцінку «+2», а «+1» - 64.
Нуль балів отримали 99 сюжетів.

Щодо негативних оцінок, то оцінку «-1» одержали 28 сюжетів, оцінку «-2» отримав один сюжет, а «-3» не отримав жоден.

Оцінка гендерної стереотипності (за кількістю сюжетів)

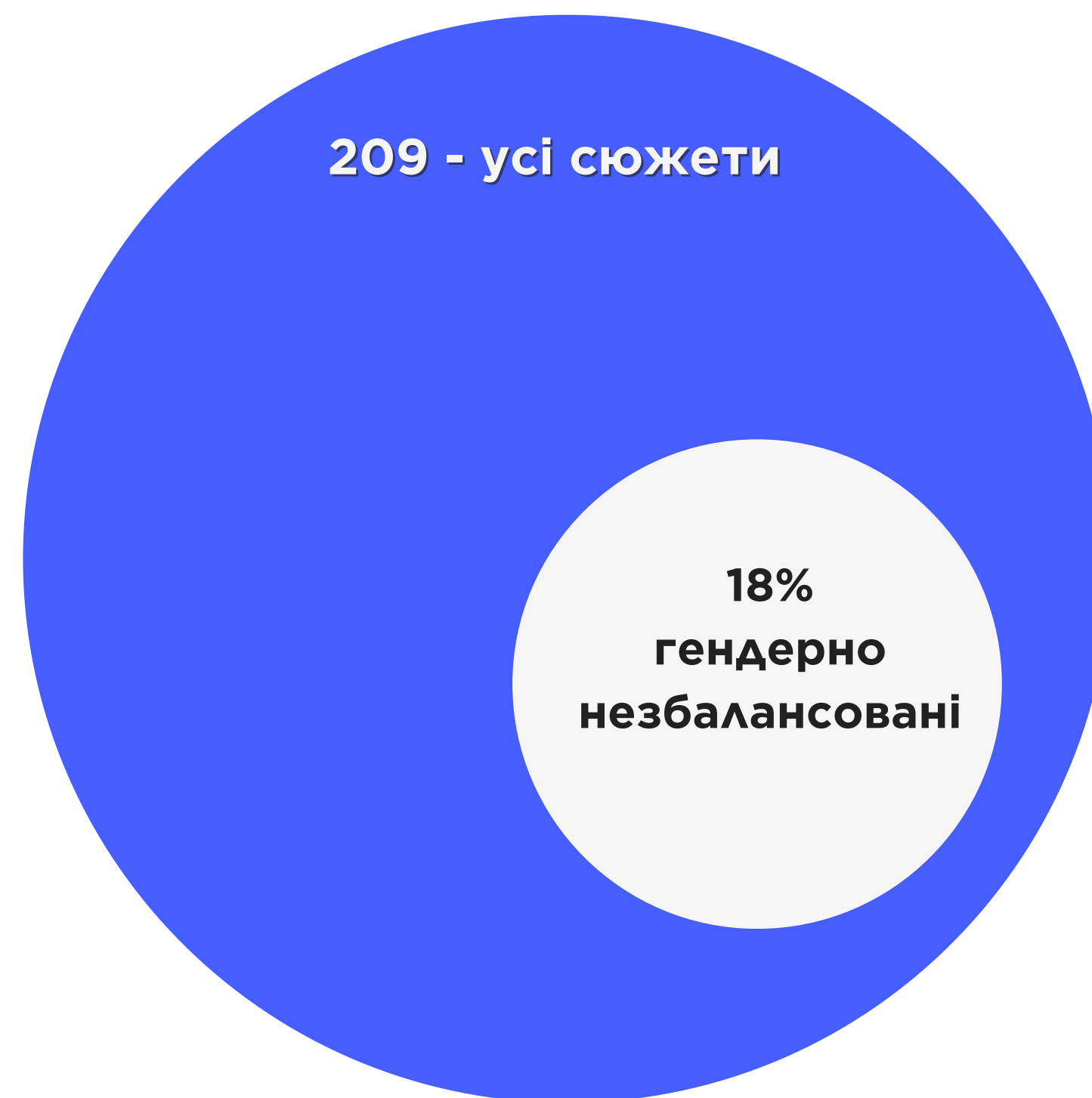
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3
	0	0	20	14	5	0	0
	0	0	12	16	2	0	0
	0	4	2	17	6	0	0
	0	6	4	12	1	0	0
	0	4	12	14	8	0	0
	0	1	10	15	2	0	0
	0	2	4	11	4	1	0

Найбільш поширена помилка, яку допускають всі телемовники - це гендерно незбалансовані сюжети.

Було виявлено 37 таких сюжетів, що становить 18% від загальної кількості проаналізованих сюжетів, тобто кожен п'ятий сюжет.

Це випуски новин, в яких коментарі та думки одного гендеру переважають. Водночас представники іншого гендеру теж присутні, вони є у кадрі, але коментар у них не беруть.

У першому півріччі 2025 року ця частка була такою ж: 42 гендерно незбалансовані сюжети, що становить 19% від загальної кількості (216 сюжетів).

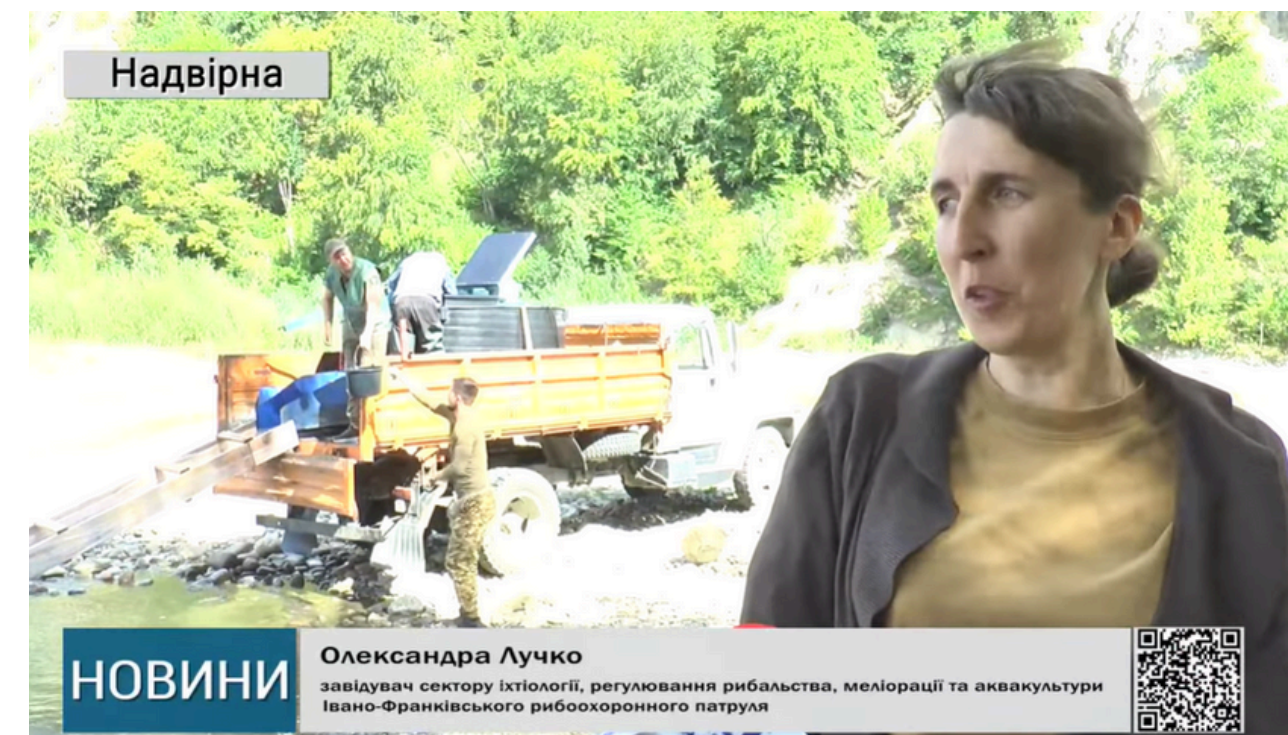
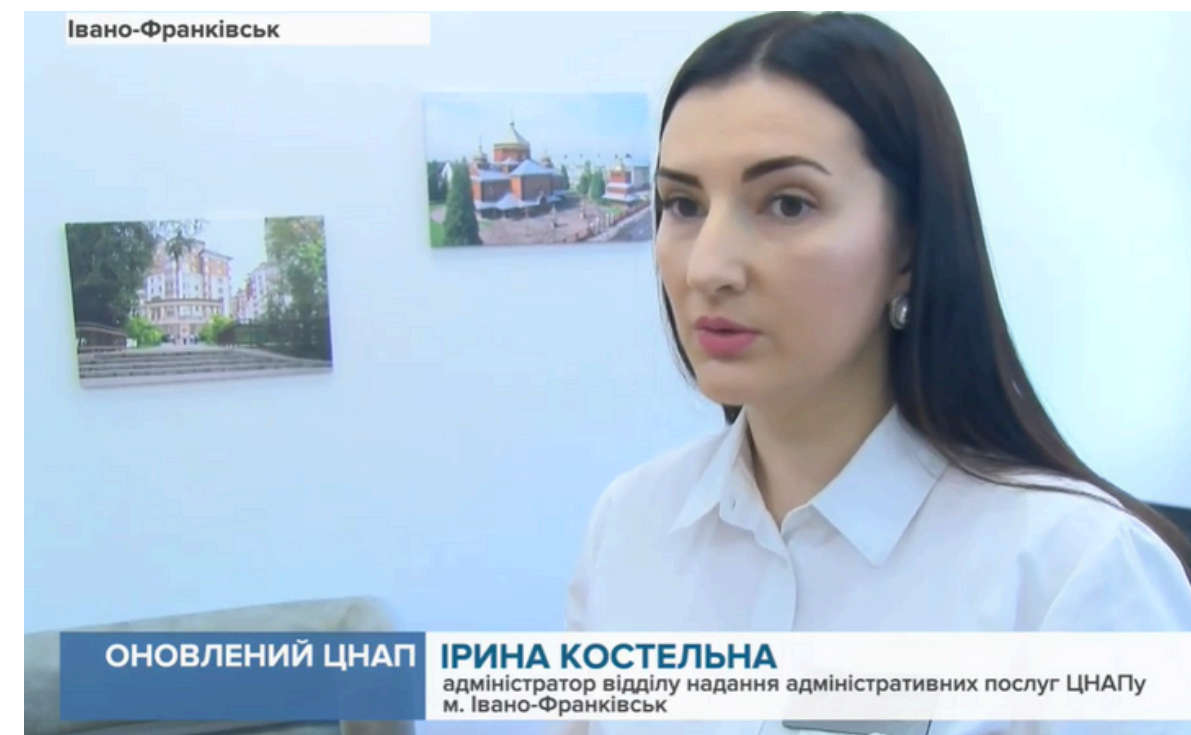


Відсутність фемінітивів - ще одна поширена помилка.

У першому півріччі 2025 року було зафіксовано лише 4 сюжети (з 216), де фемінітиви не були вжиті, що радше виглядало як випадковість.

Але вже у II півріччі 2025 року кількість сюжетів, де фемінітиви проігнорували, була 15.

Такі помилки допустили: «Канал-402», ТРК «Надвірна», ІФ ОТБ «Галичина» та «ТРК 3-Студія».



Отже, за результатами моніторингу головна спеціалістка секретаріату представника Національної ради в Івано-Франківській області дійшла до висновку, що тільки один телеканал, який виробляє місцеві новини, є гендерно нестереотипним, а інші - нейтральними.

Суб'єкт у сфері медіа	Результат за 7 градаційною шкалою: -3 - гендерно стереотипний, 0 - нейтральний, +3 - нестереотипний	Висновок
«ТРК «РАІ»	0	Нейтральний
ІФ ОТБ «Галичина»	0	Нейтральний
«ТРК 3-Студія»	0	Нейтральний
«ТРК «НТК»	0	Нейтральний
ТРК «Вежа»	1	Нестереотипний
ТРК «Канал-402»	0	Нейтральний
ТРК «Надвірна»	0	Нейтральний